

**PENGARUH MEDIA KOMUNIKASI TERHADAP AKTIFITAS
SANTRI PONDOK PESANTREN MAMBA'UL HUDA
SUMBERURIP BARUREJO SILIRAGUNG BANYUWANGI**

Abu Na'im

Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Banyuwangi
email: naju.xpt@gmail.com

Abstrak

Al-Quran adalah sebuah babak baru komunikasi Islam dalam bentuk dakwah baik seruan langsung, bil haal maupun bil qalam di zaman Rasulullah. Dalam ilmu komunikasi, Praktik komunikasi sebagai kebutuhan manusia sehari-hari dalam menyampaikan ide dan pesannya membutuhkan dasar-dasar ilmu filsafat sebagai induk keilmuan dan juga psikologi karena terkait dengan kepribadian seseorang (komunikan) yang kita hadapi. Masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah (1) Adakah Pengaruh media komunikasi terhadap aktifitas santri Pondok Pesantren Mamba'ul Huda Sumberurip Barurejo Siliragung Banyuwangi, (2) Sejauhmana pengaruh media komunikasi terhadap aktifitas santri Pondok Pesantren Mamba'ul Huda Sumberurip Barurejo Siliragung Banyuwangi. Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pondok pesantren Mamba'ul Huda Dusun Sumberurip Desa Barurejo Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi. Dengan Jumlah Populasi 180 Orang dan Sampelnya 90 Responden. Adapun methode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, interview, dan angket. Selanjutnya dianalisis menggunakan Metode Kuantitatif dengan Teknik Korelasi Pearson Product Moment. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media komunikasi mempunyai pengaruh yang signifikan namun rendah terhadap aktifitas santri Pondok Pesantren Mamba'ul Huda Sumberurip Barurejo Siliragung Banyuwangi dengan tingkat pengaruh 0,248 atau 6,15 %.

Kata Kunci: Media Komunikasi, Aktifitas Santri

A. Latar Belakang

Kehidupan manusia sebagai makhluk sosial yang senantiasa membutuhkan bantuan dan pertolongan orang lain serta senantiasa melakukan interaksi dengan sesamanya tidak pernah terlepas dari proses komunikasi karena komunikasi dapat dilakukan dengan siapapun, kapanpun, dan dengan cara apapun, sehingga bisa dikatakan bahwa sepanjang waktu kita selalu melakukan komunikasi. Tidak ada jalan untuk tidak melakukan proses komunikasi. Karena proses komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (Komunikator) kepada orang lain (Komunikan). Pikiran tersebut bisa berupa gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benak komunikator. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang muncul dari lubuk hati. (Onong, 2006: 1).

Selain itu Komunikasi telah dipraktikkan pada zaman Rasulullah baik melalui proses turunnya *kalamullah* antara Allah (komunikator utama), Jibril (perantara) dan terakhir Rasulullah (sebagai penerima pesan pertama) yg akhirnya komunikator untuk seluruh sahabat sezaman. Al-Quran adalah sebuah babak baru komunikasi Islam dalam bentuk dakwah baik seruan langsung, *bil haal* maupun *bil qalam* zaman Rasulullah. Dalam ilmu komunikasi, ada beberapa jenis komunikasi; intrapersonal, interpersonal, kelompok (organisasi), Massa, yang seluruhnya ada dalam Al-Quran. Pembukuan Alquran dan hadis inilah capaian tertinggi umat Islam yang tetap terjaga keasliannya dengan Proses komunikasi selama ± 14 abad. Rasulullah (sebagai penerima pesan pertama) yang akhirnya sebagai komunikator untuk seluruh sahabat se-zamannya.

Pondok pesantren sebagai lembaga keagamaan yang mengajarkan, mengembangkan, dan menyebarkan ilmu agama Islam perlu menentukan sikap menanggapi perkembangan media komunikasi tersebut. Sebab disadari maupun tidak, terlepas dari dampak positif dan negatifnya media komunikasi, nampaknya banyak pondok pesantren juga ikut andil dalam menggunakan media komunikasi tersebut. Kebutuhan pondok pesantren terhadap media komunikasi sudah tidak bisa dipungkiri lagi dalam rangka menciptakan sumber daya manusia santri yang berkualitas, agamis, berakhlakul karimah, dan siap menghadapi segala tantangan perkembangan zaman.

Perkembangan media komunikasi yang kian hari makin menunjukkan perkembangan yang luar biasa dan mampu mempengaruhi aktifitas elemen yang ada di pondok pesantren. Media bagi pondok pesantren tidak hanya sebagai alat-alat bantu yang digunakan pondok pesantren dalam menyampaikan dan menyebarluaskan informasi, atau materi pengajaran saja, tetapi juga digunakan untuk sarana berkomunikasi dengan pondok pesantren yang lain. Dengan media komputer yang terhubung dengan internet, misalnya, pondok pesantren bisa melakukan aktifitas diantaranya tukar-menukar informasi melalui *e-Mail*, menyelenggarakan diskusi, seminar, ceramah, dan konferensi melalui *mailing list*, berbagai dokumen, empiris, ayat-ayat al-qur'an dan hadits, melalui *file transfer protokol*, dan banyak informasi lagi informasi dengan menggunakan fasilitas *Web Site* (A. Halim, 2005 : 171) atau mungkin dengan menggunakan media radio atau media cetak. Dengan kedua media ini pondok pesantren dapat melakukan berbagai aktifitas diantaranya ceramah agama, kajian tentang Al-Qur'an dan hadits, dan sebagainya.

Kedua contoh diatas, menunjukkan beberapa kelebihan dan keuntungan yang diperoleh pondok pesantren menggunakan media komunikasi dalam melaksanakan

aktifitasnya. Namun demikian tidak semua aktifitas pondok pesantren menggunakan media komunikasi berjalan mulus dan lancar. Selalu ada saja aral melintang yang menghambat berlangsungnya proses komunikasi. Sebab tidak bisa dipungkiri bahwa apapun bentuk media hanya merupakan alat bantu saja dalam mencapai kemudahan bekerja. Dengan demikian titik berat perhatian sebenarnya bukan terletak pada bagaimana media itu digunakan, namun lebih ditekankan pada apa dan bagaimana informasi yang disampaikan. (Aswad Ishak, tt : 69)

Dasar sebagai salah satu Pondok Pesantren di kawasan banyuwangi, dengan jumlah santri yang tidak sedikit dan berasal tidak hanya dari Jawa Timur saja, bahkan banyak yang berasal dari luar pulau jawa, perlu interopeksi dan selektif dalam menggunakan berbagai media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), media elektronik (telepon, radio, computer dan internet) sebab bagaimanapun juga, arus perkembangan teknologi bukan untuk ditinggalkan, tetapi dicarikan solusi agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh media komunikasi terhadap aktifitas santri Pondok Pesantren Mamba'ul Huda Sumberurip Barurejo Siliragung Banyuwangi.
2. Sejauhmana pengaruh media komunikasi terhadap aktifitas santri Pondok Pesantren Mamba'ul Huda Sumberurip Barurejo Siliragung Banyuwangi.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan membuktikan ada tidaknya pengaruh media komunikasi terhadap aktifitas santri Pondok Pesantren Mamba'ul Huda Sumberurip Barurejo Siliragung Banyuwangi, dengan kata lain untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang diajukan.
2. Untuk mengetahui sejauhmana pengaruh media komunikasi terhadap aktifitas santri Pondok Pesantren Mamba'ul Huda Sumberurip Barurejo Siliragung Banyuwangi.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini antara lain :

1. Hasil penelitian ini berguna sebagai masukan bagi pengasuh, dan pengurus, Pondok Pesantren Mamba'ul Huda Sumberurip Barurejo Siliragung Banyuwangi. untuk dijadikan pertimbangan dalam menggunakan media komunikasi dan teknologi

2. Hasil penelitian berguna bagi santri Pondok Pesantren Mamba'ul Huda Sumberurip Barurejo Siliragung Banyuwangi untuk menentukan sikap terhadap media komunikasi

E. Landasan Teori

Tujuan utama penelitian adalah penjelasan gejala-gejala alam secara cermat pula. Bila penjelasan telah diuji berkali-kali dan terbukti kebenarannya maka hal ini disebut teori. Oleh karena itu dalam kamus ilmiah populer, teori diartikan sebagai dalail (ilmu pasti); ajaran atau paham (pandangan) tentang sesuatu berdasarkan kekuatan akal (ratio); patokan dasar atau garis-garis dasar sains dan ilmu pengetahuan. Sedangkan Kerlinger dalam Jalaludin Rakhmat menjelaskan bahwa : “Teori adalah himpunan konstruk (konsep), definisi, dan proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi di antara variabel, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut.” (1991 : 6).

Adapun Koentjaraningrat berpendapat bahwa “Teori itu pada pokoknya merupakan pernyataan akibat-akibat atau mengenai adanya sesuatu hubungan positif antara gejala-gejala yang diteliti dari satu atau beberapa faktor tertentu dalam masyarakat.” (1997 : 19).

Dengan demikian teori adalah suatu pernyataan atau konsep pokok yang menyatakan hubungan yang sistematis dengan gejala-gejala sosial maupun natural yang diteliti baik satu atau beberapa faktor tertentu dalam masyarakat.

Secara harfiah Media berarti perantara atau pengantar. *Media* adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan. (2006 : 6)

Adapun pengertian komunikasi menurut Laswell dalam Onong Uchjana adalah “Proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu”. (2006 : 10)

Dalam kamus Psikologi yang dikutip oleh Jalaludin Rakhmat, komunikasi diartikan sebagai berikut : “*Communicatioan: 1) The transmission of energy change from one place to another as in the nervous system or transmission of sound waves. 2) The transmission or reception of signals or messages by organisms. 3) The transmitted message. 4) (Communication Theory). The process whereby sistem influences another system through regulation of the transmitted signals. 5) The influence of one personal region on another whereby a change in one result in a corresponding change in the other region. 6) The message of a patient to this therapist in psychotherapy.*

Dari definisi komunikasi diatas, maka yang dimaksud dengan komunikasi adalah proses transformasi informasi, berbagi atau menggunakan informasi dari sumber (komunikator) kepada penerima (komunikan) melalui media tertentu yang menimbulkan perubahan (efek).

Dengan demikian yang dimaksud media komunikasi adalah penghantar atau perantara yang digunakan komunikator untuk mempengaruhi dan menyampaikan informasi kepada komunikan sehingga informasi tersebut dapat diterima dengan utuh dan menimbulkan efek atau timbal balik.

Adapun fungsi dari komunikasi apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar-menukar data, fakta, dan ide, menurut MacBride dalam Onong Uchjana fungsi komunikasi adalah sebagai berikut :

1. *Informasi* : Pengumpulan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, dan pesan, opini dan komentar, yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan, dan orang lain, dan agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
2. *Sosialisasi* (Pemasyarakatan) : Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.
3. *Motivasi* : mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
4. *Perdebatan dan diskusi* menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat
5. *Pendidikan* : pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, keterampilan serta kemahiran.
6. *Memajukan kebudayaan* : Penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, membangun imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan *estetika*.
7. *Hiburan* : Penyebarluasan simbol, sinyal, dan suara serta image dari drama, tari, kesenian, musik, permainan, olahraga, dan sebagainya. (2006 : 27-28).

Sedangkan Harold Lasswell dan Charles Wright dalam Jalaluddin Rakhmat menyebutkan hanya empat fungsi komunikasi, yaitu “*Surveillance* (Pengawasan lingkungan) *Corelation* (Hubungan sosial), hiburan dan transmisi kultural”. (2005:208).

Dari paparan fungsi komunikasi diatas, maka fungsi utama komunikasi adalah menyampaikan informasi atau pesan kepada komunikan da mempegaruhi komunikan melalui pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Pada dasarnya dalam proses komunikasi, komunikator dapat menggunakan media apapun yang dapat merangsang indera-indera komunikan serta menimbulkan perhatian untuk menerima informasi atau pesan. Semakin tepat media yang digunakan, maka proses komunikasi akan lebih efektif dan efisien.

Moh. Ali Aziz membagi media komunikasi menjadi tiga golongan, yaitu :

1. *The Spoken Words*, yaitu media komunikasi yang berbentuk ucapan atau bunyi yang dapat ditangkap oleh indera telinga, seperti : radio, telepon, dan sebagainya.
2. *The Printed Writing*, yaitu media komunikasi yang berbentuk tulisan, gambar, lukisan, dan sebagainya yang dapat ditangkap dengan indera mata.
3. *The Audio Visual*, yaitu media komunikasi yang berbentuk gambar hidup yang dapat didengar sekaligus dapat dilihat seperti : televisi, film, video, dan sebagainya. (2004: 149)

Dari pembagian diatas, menunjukkan bahwa sebenarna media yang digunakan dalam proses komunikasi cukup kompleks dan bervariasi. Mulai dari media cetak, medi elektronik, dan gejala alam yang dapat dilihat, dibaca, dirasa, dicium, dan didengar.

Komunikasi Islam didunia modern berpusat pada tiga masalah otoritas (dalam domain nasional), identitas (dalam domain personal), legitimasi (dalam kaitan politik antara negara dengan individu).

Kemudian Onong Uchjana menjelaskan bahwa, proses komunikasi primer adalah “Proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Sedangkan tipe komunikasi skunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambing sebagai media pertama (2006 : 11)

Tipe komunikasi primer bersifat langsung, *face to face* baik menggunakan bahasa, isyarat, gambar warna, gerakan yang diartikan secara khusus atau aba-aba. Tipe komunikasi ini bisa berbentuk pertemuan (inter personal), kelompok (kulia) maupun

masa (tabligh akbar). Media yang digunakan dalam komunikasi skunder antara lain adalah surat, telepon, surat kabar majalah, radio, televisi, film, dan sebagainya.

Uraian diatas menunjukkan bahwa sebenarnya media komunikasi itu banyak sekali jumlahnya mulai dari yang tradisional sampai yang modern. Diantara jenis-jenisnya adalah “kentongan, bedug, pagelaran kesenian, surat, papan pengumuman, telepon, telegram, pamflet, poster, spanduk, surat kabar, majalah, film, radio, dan Televisi” (Onong Uchjana, 2006 : 37)

Selanjutnya dari dua tipe komunikasi dan banyaknya media komunikasi tersebut diatas, media yang paling banyak digunakan adalah media lambang yang berupa bahasa, karena hanya bahasalah yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan opini, hal yang kongkret dan yang abstrak, pengalaman yang sudah lalu dan kegiatan yang akan datang, dan sebagainya. Tanpa penguasaan bahasa, hasil pemikiran yang bagaimanapun baiknya tidak akan dapat dikomunikasikan kepada orang lain secara tepat.

Santri adalah sumber daya manusia yang tidak saja mendukung keberadaan pesantren, tetapi juga menopang pengaruh kiai dalam masyarakat. Pada dasarnya proses antara santri dengan santri yang lain berjalan dengan baik, namun proses komunikasi tersebut akan terkesan berbeda bila komunikasi dilakukan antara kiai dengan santri.

Umrotul Jannah dalam A. Halim berpendapat bahwa: “pertama, komunikasi kelompok antara kiai dan santri di pesantren belum bisa dikatakan efektif. *Kedua*, besarnya kharisma dan rasa sungkan santri kepada kiai merupakan penyebab utama terhambatnya proses komunikasi. *Ketiga*, pemahaman santri terhadap materi yang disampaikan kiai adalah urang, karena komunikasi yang dilakukan adalah dua arah.”. (2004:195)

Dari uraian diatas, dalam pembahasan ini perlu diungkapkan beberapa faktor yang mempengaruhi santri dalam melaksanakan berbagai aktifitasnya adalah: Faktor personal, Faktor biologis, Sikap, Emosi, Kepercayaan dan Faktor situasional

Dari beberapa keterangan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa yang mempengaruhi aktifitas santri di pondok pesantren banyak sekali. Faktor-faktor tersebut adakalanya muncul dari dalam diri santri itu sendiri dan adakalanya dipengaruhi oleh faktor-faktor dari luar, seperti lingkungan dan instrument yang tersedia di pesantren.

Komunikasi di lingkungan pondok pesantren, terlepas dari siapa yang melakukan komunikasi, kiai atau ustadz atau santri, kadang terjadi kesalahandalam menafsirkan dan memahami pesan. Mengutip pernyataan McLuhan dan Jalaludin Rakhmat yang

menyatakan bahwa “*The medium is message*” (2005:220), maka media komunikasi merupakan unsur penting dalam menyalurkan pesan, sehingga membantu mengatasi perbedaan gaya, minat, intelegensi, keterbatasan indera, cacat tubuh atau jarak geografis, jarak waktu, dan lain-lain.

Dengan demikian hubungan media komunikasi dengan aktifitas santri dalam proses komunikasi dengan aktifitas santri dalam proses komunikasi adalah sangat penting untuk membantu keterbatasan penyampaian pesan yang dimiliki oleh komunikator.

F. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif
2. Lokasi

Lokasi dalam penelitian ini adalah Pondok Pesantren Mamba’ul Huda Sumberurip Barurejo Siliragung Banyuwangi. yang terletak di Dusun Sumberurip Desa Barurejo Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi.

3. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah Santri Pondok Pesantren yang mukim atau menempati di asrama dengan jumlah santri 180 orang. Dengan kata lain, populasi dalam penelitian ini termasuk kategori populasi terbatas.

4. Sampel

Untuk menetapkan ukuran dan jumlah sampel dari populasi Surakhmad dalam Riduwan berpendapat “Apabila ukuran populasi sebanyak kurang dari 100, maka pengambilan sampel sekurang-kurangnya 50 % dari ukuran populasi, apabila ukuran populasi sama dengan atau lebih dari 100, ukuran sampel diharapkan sekurang-kurangnya 50% dari ukuran populasi. (2006:250). Suharsimi Arikunto juga mengemukakan, bahwa “untuk sekedar acuan-acuan maka apabila subyek penelitian kurang dari 100, lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika subyeknya besar, dapat diambil antara 10% - 15% atau 20 % - 25% atau lebih.” Selanjutnya untuk menentukan besar dan kecilnya sampel digunakan rumus Taro Yamane atau Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N.d^2+1} \text{ (Riduwan, 1991: 82)}$$

n : Jumlah sampel

dimana :

N : Jumlah populasi = 848 orang

d² : Presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%)

Dari perhitungan rumus Yamane diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 90 responden

5. Teknik Pengumpulan Data

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari responden. Sedangkan data sekundernya adalah keterangan keterangan tambahan seperti, arsip dan dokumentasi.

6. Teknik Pengumpulan Data

Metode Angket, Observasi dan Dokumentasi

7. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif dengan dengan Teknik Kolerasi *Product Moment*, dengan alasan:

Variable yang dikorelasikan berbentuk gejala atau pengaruh dan bersifat kontinu. Sementara itu populasi yang dijadikan sampel yang diteliti meampunyai sifat homogen, atau setidaknya mendekati *homogeny*, dan Regresinya merupakan regresi linear.

Adapun rumus kolerasi product moment adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

keterangan :

r_{xy} = koefisien kolerasi product moment

x = hasil pengurangan antara X dan \bar{x} , dimana $\bar{x} = \frac{\sum x}{N}$

y = hasil pengurangan antara Y dan \bar{y} , dimana $\bar{y} = \frac{\sum y}{N}$

\sum = Jumlah atau skor

Kolerasi product moment dilambangkan (r) dengna ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 < r < + 1$) Apabila nilai $r = -1$ artinya kolerasi negative sempurna, $r = 0$ artinya tidak ada kolerasi, dan $r = +1$ berarti kolerasinya sangat kuat. Sedangkan untuk mengetahui besar kecilnya koefisien yang dihasilkan dari perhitungan product moment diatas, perlu dikonsultasikan dengan table intepretasi nilai r sebagai berikut:

Tabel 3.1

Interpretasi Koefisien Kolerasi Nilai r

Interval koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat

0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

(Sumber : Riduwan, 2006: 124)

Selanjutnya untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$Kp = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

KP = Nilai Koefisien determinasi

r = Nilai koefisien korelasi (Riduwan, 2006 : 125)

pengujian lanjutan yang dilakukan adalah uji signifikan yang berfungsi untuk mencari makna hubungan antara variabel X terhadap variabel Y, maka hasil korelasi product moment tersebut diuji dengan uji signifikansi menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Sugiyono, 2006, 215)

G. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Diketahui bahwa :

$\sum N$: Jumlah sampel = 90

$\sum x^2$: Jumlah Skor Variabel $X^2 = 1227.82$

$\sum y^2$: Jumlah skor Variabel $y^2 = 6969.16$

$\sum xy$: Hasil perkalian variabel X dan variabel Y = 727.5

Pengujian hipotesis

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

$$r_{xy} = \frac{727.5}{\sqrt{1227,82 \cdot 6969,16}}$$

$$r_{xy} = \frac{727.5}{\sqrt{8556874,03}}$$

$$r_{xy} = \frac{727.5}{\sqrt{2925,2}}$$

$$r_{xy} = 0,248$$

dari perhitungan diatas, maka diketahui bahwa r hitung = 0, 248. Selanjutnya untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap variabel Y dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} KP &= r^2 \times 100 \% \\ &= 0,248 \times 100\% \\ &= 6,15 \end{aligned}$$

Dengan demikian, diketahui bahwa pengaruh media komunikasi terhadap aktifitas santri sebesar 6,15 % adapun sisanya yaitu 93,85 % merupakan hasil penelitian atau faktor empiris.

Untuk menguji taraf signifikasi r hitung diatas dengan tabel korelasi product moment dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} t_{hitung} &= \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\ t_{hitung} &= \frac{0,248 \sqrt{90-2}}{\sqrt{1-0,048^2}} \\ t_{hitung} &= \frac{0,248.9,38}{\sqrt{0,94}} \\ t_{hitung} &= \frac{2,32}{0,96} \\ t_{hitung} &= 2,416 \end{aligned}$$

dari hasil analisa diatas, $\alpha = 0,05$ dan $n = 90$, uji satu pihak ;

$dk = n - 2 = 90 - 2 = 88$, sehingga diperoleh $t_{tabel} = 1,062$

dengan demikian $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} , atau $2,416 > 1,062$, begitu juga bila dikonsultasikan dengan tabel nilai r taraf signifikasi 5 % = 0,207. Maka bisa disimpulkan ada pengaruh yang signifikan antara media komunikasi dengan aktifitas Santri Pondok Pesantren Mamba'ul Huda.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka diinterpretasikan sebagai berikut :

Ada pengaruh antara media komunikasi terhadap aktifitas Santri Pondok Pesantren Mamba'ul Huda Sumberurip Barurejo Siliragung Banyuwangi. Hal ini dibuktikan dengan analisis yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 2,416$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,062$. Begitu pula bila harga $r = 0,248$ dikorelasikan dengan tabel nilai r taraf signifikan 5 % = 0,207. Dengan demikian hipotesis yang berbunyi bahwa “Ada pengaruh antara media komunikasi terhadap aktifitas santri Pondok Pesantren Mamba'ul Huda Sumberurip Barurejo Siliragung Banyuwangi. Mempunyai pengaruh rendah dengan tabel interpretasi koefisien korelasi nilai $r = 0,20 - 0,399$.

H. Diskusi Interpretasi

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Ada pengaruh antara media komunikasi terhadap aktifitas santri pondok pesantren Mamba'ul Huda Sumberurip Barurejo Siliragung Banyuwangi, hal ini dibuktikan dengan analisis yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 2,416$ Lebih besar dari $t_{tabel} = 1,062$. Begitu pula bila harga $r = 0,248$ dikorelasikan dengan tabel nilai r taraf signifikan $5\% = 0,207$. Dengan demikian hipotesis yang berbunyi bahwa "Ada pengaruh antara media komunikasi terhadap aktifitas santri Pondok Pesantren Mamba'ul Huda Sumberurip Barurejo Siliragung Banyuwangi". Mempunyai pengaruh rendah dengan tabel interpretasi koefisien korelasi nilai $r = 0,20 - 0,399$.

I. Kesimpulan

Dari hasil analisis dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. ada pengaruh antara media komunikasi terhadap aktifitas Santri Pondok Pesantren. Hal ini dibuktikan dengan analisis yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 2,416$ Lebih besar dari $t_{tabel} = 1,062$. Begitu pula bila harga $r = 0,248$ dikorelasikan dengan tabel nilai r taraf signifikan $5\% = 0,207$ dengan demikian hipotesis yang berbunyi bahwa "Ada pengaruh antara media komunikasi terhadap aktifitas santri pondok pesantren Mamba'ul Huda Sumberurip Barurejo Siliragung Banyuwangi.
2. Mempunyai pengaruh walaupun rendah dengan tabel interpretasi koefisien korelasi nilai $r = 0,20 - 0,39$

J. Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Blake, Reed H., Edwin O. Haroldsen. (1979). *A Taxonomy of Concepts in Communications*. New York: Hating House Publishers.
- Dhofier, Zamakhsyari. 1994. *Tradisi Pesantren: Studi Tentang Pandangan Hidup Kiai*. Jakarta: LP3ES.
- Effendy, Onong Uchyana. (1981). *Dimensi-dimensi Komunikasi*. Bandung: Alumi.
- _____. (1986). *Ilmu Komunikasi - Teori dan Praktik*. Bandung: Alumi.
- Mulyana, Deddy. (2000). *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Karya.
- Severin, Werner J., James W. Tankard Jr. (1982). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. New York: Longman Publishing Group.
- Sudjana. 2005. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2009. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: C V Alfabeta.
- Stamm, Keith R., John E. Bowes. (1990). *The Mass Communications Process*. Washington, Kendall: Hunt Publishing Company.